

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.. Adapun yang menjadi objek penelitian sebaagi variabel bebas (eksogen) adalah gaya hidup (X) dengan sub variabel *activities, interest, opinions, demography*. Kemudian objek penelitian yang menjadi variabel terikat (endogen) adalah keputusan pembelian (Y) yang meliputi *Product Choice, Brand Choice, Dealer Choice, Purchase Amount, Purchase Timing, Purchase Method*.

Objek yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah pengguna *action camera* anggota GoPro Bandung. Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka penelitian ini menggunakan metode *cross sectional method* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). Menurut Creswell (2012:217) *cross sectional survei* yaitu survei yang dilakukan dengan mengumpulkan data satu per satu dalam suatu waktu. Menurut Husain Umar (2008:45) metode penelian *cross sectional* yaitu penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurung waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang) dalam penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti di lapangan. Pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu, sehingga penelitian ini merupakan *one-shot* atau *cross sectional* (Maholtra, 2009:101).

3.2 Jenis dan Metode Penelitian yang Digunakan

3.2.1 Jenis Penelitian yang Digunakan

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Sugiyono (2013:11) “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu dengan variabel yang lain”. Sedangkan menurut Maholtra (2009:100):

Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama deskripsi dari sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar. Penelitian deskriptif sangat berguna ketika mencari pertanyaan penelitian yang menggambarkan mengenai fenomena pasar, seperti menentukan frekuensi pembelian, mengidentifikasi hubungan atau membuat prediksi.

Penelitian deskriptif ini mempunyai maksud mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian kamera aksi. Menurut Suharsimi Arikunto (2010:8) “Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan. Dimana pengujian hipotesis tersebut menggunakan perhitungan statistik”. Dalam penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data lapangan, mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian kamera aksi.

3.2.2 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti

cara-cara yang dilakukan itu diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis (Sugiyono, 2014:3).

Untuk mendapatkan rumusan masalah dan menguji hipotesis, maka diperlukan metode penelitian yang perlu diterapkan, apakah metode survei atau metode eksperimen (Sugiyono, 2014:274). Menurut Neuman W Lawrence dalam Sugiyono (2014:12), yang dimaksud dengan metode survei adalah:

Metode survei adalah metode kuantitatif. Dalam penelitian yang menggunakan metode survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan reponden) tetnang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu obyek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Metode survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

Menurut Maholtra (2010:96), menyatakan bahwa “*Explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan kedalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut”. *Explanatory survey* dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) melalui kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap penelitian.

Berdasarkan pengertian *explanatory survey* menurut ahli, maka metode penelitian ini dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan kegiatan menjabarkan variabel ke dalam konsep teori dari variabel yang diteliti, indikator, ukuran dan skala yang bertujuan untuk mendefinisikan dan mengukur variabel. Berdasarkan objek peneliti yang telah

dikemukakan di atas diketahui bahwa variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah gaya hidup sebagai variabel *independent* atau variabel bebas (X). Variabel tersebut dicari bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebagai variabel *dependent* atau variabel terikat (Y). Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Subvariabel	Konsep variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	4	5	6	7
<i>Gaya Hidup (X)</i>	Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia.	<i>a. Activi-ties</i>	1. Tingkat waktu luang yang digunakan untuk menyalurkan hobi	Interval	1
			2. Tingkat waktu luang yang digunakan untuk berkumpul dengan anggota komunitas	Interval	2
		<i>b. Interest</i>	3. Tingkat pertimabangan minat konsumen kamera GoPro dalam	Interval	3

Variabel/ Subvariabel	Konsep variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	4	5	6	7
			setiap promosi iklannya	Interval	4
			4. Tingkat keunggu- lan inovasi dari daya Tarik		
			kamera GoPro	Interval	5
			5. Tingkat daya Tarik dari bentuk kamera yang sesuai dengan aktivitas konsumen	Interval	6
			6. Tingkat minat konsumen karena pertimba- ngan kualitas yang ditawark- an	Interval	7
		<i>c. Opinion</i>			
			7. Tingkat kebutuhan prestige yang diberikan kamera GoPro	Interval	8

Variabel/ Subvariabel	Konsep variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	4	5	6	7
			8. Tingkat kualitas produk kamera GoPro	Interval	9
			9. Tingkat pengaruh aktivitas dalam memilih kamera GoPro	Interval	10
			10. Tingkat pertimbangan		
		d. <i>Demography</i>	kepercayaan merek kamera GoPro	Interval	11
			11. Tingkat kesesuaian harga kamera GoPro dengan pendapatan konsumen	Interval	12
			12. Tingkat kesesuaian produk yang diberikan kamera GoPro dengan target pasar		

Variabel/ Subvariabel	Konsep variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	4	5	6	7
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh nilai-nilai inti, sistem kepercayaan yang mendasari sikap dan perilaku. Nilai-nilai inti jauh lebih dalam dari perilaku atau sikap dan cara menentukan, pada tingkat dasar, pilihan konsumen dan keinginan dalam jangka panjang.	a. Pilih- an produk	13. Tingkat pertimbangan konsumen dalam keputusan membeli karena manfaat yang ditawarkan produk kamera	Interval	13
		b. Pilih- an merek	14. Tingkat pertimbangan keputusan membeli karena merek sudah terperca-ya	Interval	14
		c. Pilih- an jalur distribu-	15. Tingkat pertimbangan keputusan membeli karena kepopuler-an merek kamera GoPro 16. Tingkat pertimba-	Interval	15 16

Variabel/ Subvariabel	Konsep variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	4	5	6	7
		si	ngan keputusan membeli karena produk mudah didapatk- an	Interval	17
			17. Tingkat kepercaya- an garansi produk kamera GoPro menjadi pertimba- ngan konsumen		
		d. Penen- tuan jumlah pembe- lian	18. Tingkat pertimba- ngan keputusan membeli karena harga sesuai <i>budget</i>	Interval	18
			19. Tingkat pertimba- ngan membeli karena banyak- nya produk yang	Interval	19

Variabel/ Subvariabel	Konsep variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	4	5	6	7
		e. Penentu- an waktu pembeli- an	ditawark- an 20. Tingkat pertimba- ngan keputusan membeli karena waktu pembeli-an produk 21. Tingkat pendapat- an terhadap rentang waktu pembeli-an	Interval Interval	20 21
		f. Metode pembaya- ran	22. Tingkat pertimba- ngan membeli karena kemudah- an metode pembayar- an	Interval	22

Sumber : Berdasarkan hasil pengolahan data, referensi buku dan jurnal

3.2.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Oleh karena itu, harus diproses terlebih dahulu untuk memperoleh informasi yang diperlukan bagi suatu penelitian. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2014:187) menjelaskan bahwa,

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen.

Maholtra (2009:120-121) mengungkapkan definisi-definisi data primer dan sekunder, antara lain:

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah kuisisioner yang disebar kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran yang dianggap dapat mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu melalui survei pada komunitas pengguna kamera aski GoPro.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat serta tidak mahal. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang digunakan.

Untuk penelitian primer dapat diperoleh melalui hasil penelitian secara empirik melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna kamera aksi GoPro. Sedangkan sumber data sekunder diantaranya diperoleh dari jurnal-jurnal ilmiah, artikel majalah, internet dan berbagai sumber informasi lainnya. Untuk mengetahui jenis dan sumber data yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis Data	Sumber Data	Katagori Data
Tanggapan Responden mengenai Variabel X	Kuesioner penelitian Pengaruh Gaya hidup Konsumen terhadap Keputusan Pembelian <i>Action Camera</i> (Survei pada komunitas pengguna <i>action camera</i> anggota <i>fanpage facebook</i> Go Pro Bandung)	Primer
Tanggapan Responden mengenai Variabel Y	Kuesioner penelitian Pengaruh Gaya hidup Konsumen terhadap Keputusan Pembelian <i>Action Camera</i> (Survei pada komunitas pengguna <i>action camera</i> anggota <i>fanpage facebook</i> Go Pro Bandung)	Primer
Data penjualan kamera	Toko Kamera Bandung Elektronik Center http://www.trenologi.com/ http://www.topbrand-award.com/	Sekunder
Data pertumbuhan kamera	http://www.trenologi.com/ http://www.topbrand-award.com/ SWA.co.id Statista.com	Sekunder

Sumber: Berdasarkan hasil Pengolahan Data 2016

3.2.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.5.1 Populasi

Kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting untuk mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data yang dikumpulkan digunakan untuk mengambil keputusan dalam menguji hipotesis. Menurut Sugiyono (2014:199) Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek. Populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran (Malhotra, 2009:364).

Seorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*), yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan. Berdasarkan pengertian populasi menurut ahli, maka populasi dalam penelitian ini mengambil dari jumlah

Ajeng Sri Hartati, 2016

PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

anggota komunitas pengguna kamera GoPro pada komunitas GoPro Bandung sebanyak 2017. (sumber: data anggota komunitas GoPro Bandung).

3.2.5.2 Sampel

Mark L. Bernson *et al* (2012:250) menyatakan "*A sample is defined as the population that has been selected for analysis*". Sampel adalah populasi yang terpilih untuk dianalisis. Sedangkan menurut Malhotra (2009:364) sampel adalah sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Suatu penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi diteliti. Hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu. Oleh karena itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti atau representatif.

Menurut Ruth McNeil (2005:22), sampel memiliki beberapa pengertian, diantaranya: 1)Uraian tentang populasi yang memungkinkan untuk dicakup 2)Ukuran, sifat dan distribusi geografis yang terencana dan relevan 3)Rincian metode sampling dan metode pembobotan dalam penelitian 4)Populasi yang dapat merespon dengan baik.

Pada penelitian ini, tidak memungkinkan semua populasi dapat diteliti oleh penulis, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga dan keterbatasan waktu yang tersedia. Oleh karena itu, peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti. Dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar seperti populasi dari, dalam artian sampel tersebut harus representatif atau mewakili dari populasi tersebut.

Berdasarkan pengertian sampel yang dikemukakan di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian. Dalam menentukan jumlah sampel digunakan pengambilan sampel dengan menggunakan simple random. Dalam menentukan jumlah sampel digunakan

pengambilan sampel dengan menggunakan *simple random sampling* dari Harun Al Rasyid (1994:44), yaitu:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[\frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2$$

N = Populasi

n = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit

S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Emperical Rule*

δ = *Bound of error* yang bisa ditolerir atau dikehendaki sebesar 5%

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari Jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

- Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- Jumlah item = 22
- Nilai tertinggi skor responden : (22x 7) = 154
- Nilai terendah skor responden : (22 x 1) = 22
- Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah = 154 – 22 = 132
- S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviation*) diperoleh:

$$S = (0,21) (132) = 27,72$$

Diperoleh $S = (27,72)$ berdasarkan pengamatan dari jawaban responden yang menjawab kuesioner yang berskala 1-7, responden lebih banyak menjawab dengan skor antara 5-7 sehingga arah kurva cenderung condong ke sebelah kanan

- g. Dengan derajat kepercayaan = 95% dimana $\alpha = 5\%$

$$Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = Z_{0,975} = 1,96$$

(lihat tabel Z, yaitu tabel normal baku akan diperoleh nilai 1,96)

Adapun perhitungan ukuran sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai n_0 lebih dahulu, yaitu:

$$n_0 = \left[\frac{Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right)S}{\delta} \right]^2 = \left[\frac{(1,96)(27,72)}{5} \right]^2 = \left[\frac{54,3312}{5} \right]^2 = n_0 = 118,075$$

Nilai n_0 sudah diketahui yaitu sebesar 164,914 setelah itu kemudian dilakukan penghitungan untuk mencari nilai n untuk mencari jumlah sampel yang akan diteliti.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n = \frac{118,075}{1 + \frac{118,075}{3000}}$$

$$n = \frac{118,075}{1,0147595}$$

$$n = 116,35762$$

$$n \approx 120 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan $\alpha = 0,05$ maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 116,35762. Untuk memenuhi syarat sampel, maka sampel dibulatkan sebesar 120.

3.2.5.3 Teknik Sampling

Charles Stangor (2011:110), "*Sampling refers to the selection of people to participate in a research project, usually with the goal of being able to use these people to make inferences about a larger group of individuals.*" Teknik sampling mengacu pada pemilihan orang-orang untuk berpartisipasi dalam sebuah proyek

penelitian, biasanya digunakan untuk membuat kesimpulan tentang kelompok yang lebih besar dari individu

Sugiyono (2014:300) menyatakan bahwa, “Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan”. Menurut Suharsimi Arikunto (2010:116), “Teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa, sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya”.

Sebuah teknik *sampling* dapat diklasifikasikan sebagai *non probabilitas* dan *probabilitas* (Naresh K. Maholtra, 2009:375). Sampel *probability* merupakan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel, sedangkan sampel *non probability* kebalikan dari *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif. Sampel *probability* memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu *Simple Random Sampling*, *Systematic Sampling*, *Stratification Sampling* dan *Cluster Sampling*. Sedangkan sampel *non probability* memiliki tiga jenis teknik penarikan yaitu *Convenience Sampling*, *Purposive Sampling*, *Snowball Sampling*.

Jadi, setelah memperoleh data dari responden yang merupakan populasi penelitian, penulis mengambil sampel berdasarkan teknik simple random sampling. Menurut Maholtra (2009:380):

Dalam *sampling* acak sederhana setiap unsur dalam populasi memiliki probabilitas yang sama dikenal dan seleksi. Selanjutnya setiap sampel yang mungkin dari suatu ukuran tertentu (n) memiliki probabilitas yang sama dikenal dan menjadi sampel benar-benar dipilih. Implikasi dalam prosedur *sampling* acak adalah bahwa setiap elemen dipilih secara independen dari setiap elemen lain.

Peneliti memberi hak untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel. Oleh karena itu hak setiap subjek sama, maka peneliti terlepas dari perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subjek untuk dijadikan sampel. Cara tersebut digunakan agar tidak adanya subjektivitas dalam penelitian.

3.2.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang lengkap, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian sebagai berikut :

1. Studi kepustakaan, yaitu suatu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, situs *website*, dan majalah untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari gaya hidup dan keputusan pembelian.
2. Kuisisioner dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pernyataan secara *online* kepada responden. Dalam kuisisioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator variabel X (Gaya hidup) serta Variabel Y (Keputusan Pembelian). Kemudian memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling tepat. Kuisisioner yang disebar oleh peneliti secara umum kepada responden. Langkah-langkah penyusunan kuisisioner adalah sebagai berikut:
 - a. Menyusun kisi-kisi angket atau daftar pernyataan.
 - b. Merumuskan item-item pernyataan dan alternatif jawabannya. Jenis instrumen yang digunakan dalam angket merupakan instrumen yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat daftar pernyataan tertulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.
 - c. Memberikan skor untuk setiap item pernyataan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pernyataan diberi nilai dengan skala interval.
3. Studi literatur

Studi Literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari faktor individu dan sosial serta keputusan menggunakan. Studi *literature* tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu

a)perpustakaan UPI b)skripsi, c)jurnal ekonomi dan bisnis, d)media cetak (majalah), e)media elektronik (*internet*).

3.2.7 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting, karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Benar atau tidaknya sebuah data akan menentukan mutu hasil penelitian. Kebenaran data dapat dilihat dari instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu Valid dan Reliabel.

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 21,0 *for window*.

3.2.7.1 Hasil Pengujian Validitas

Penelitian mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk pada kamera aksi GoPro . dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel gaya hidup (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variable keputusan pembelian produk (Y), dengan menafsirkan data yang terkumpul dari responden melalui kuisioner.

Menurut Sherr L.Jackson (2012:85), “*Validity is an indication of whether the instrument measuring what it claims to measure.*” Validitas adalah indikasi apakah instrumen mengukur apa yang dikatakannya untuk diukur. Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menguji bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Selanjutnya, Malhotra (2009:316) mengemukakan “Validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan benar dalam apa yang sedang diukur bukan kesalahan sistematis atau acak”.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuisioner yang valid dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil jawaban responden

Ajeng Sri Hartati, 2016

PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

yang mempunyai skala pengukuran interval. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2013:248)

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- Y = Skor Total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam distribusi Y
- n = Banyak responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil atau sama dengan r_{tabel} atau $r_{hitung} \leq r_{tabel}$

Perhitungan validitas instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for Windows*. Besarnya koefisiensi korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.3 di bawah ini:

TABEL 3.3
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT HUBUNGAN
Antara 0,700 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi

Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT HUBUNGAN
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak Tidak Tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak Tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat Tidak Tinggi

Sumber: Suharsimi Arikunto (2010:245)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa tes ini adalah teknik korelasi biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. . Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen gaya hidup konsumen sebagai variabel X dan keputusan pembelian sebagai variabel Y. Jumlah pertanyaan untuk variabel X adalah 12 pertanyaan, sedangkan jumlah semula item pertanyaan variabel Y adalah 10 pertanyaan. Hasil uji validitas dapat dilihat sebagai berikut:

TABEL 3.4
HASIL UJI VALIDITAS GAYA HIDUP KONSUMEN

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Activities</i> (aktivitas yang di lakukan serta waktu luang yang digunakan)				
1	Waktu yang diluangkan untuk menyalurkan hobi anda	0.701	0,374	Valid
2	Mengikuti kegiatan komunitas (jalan-jalan, <i>sharing experience</i> , berbagi hasil foto/video)	0.527	0,374	Valid
<i>Interest</i> (Minat, kesukaan, kegemaran terhadap produk)				
3	Tertarik dengan iklan yang sesuai dengan hobi anda	0.751	0,374	Valid
4	Keunggulan inovasi kamera GoPro yang sesuai dengan kegiatan hobi anda	0.904	0,374	Valid

Ajeng Sri Hartati, 2016

PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
5	Tertarik dengan bentuk kamera GoPro karena minat diri untuk memenuhi aktivitas Anda	0.920	0,374	Valid
6	Anda memiliki kamera GoPro, karena kualitasnya sesuai dengan kebutuhan aktivitas anda	0.902	0,374	Valid
<i>Opinion</i> (Opini mengenai konsep diri dan persepsi terhadap produk)				
7	Kebutuhan terhadap nilai <i>prestige</i> dengan menggunakan kamera GoPro	0.736	0,374	Valid
8	Kualitas kamera GoPro di bandingkan dengan produk kamera lainnya	0.722	0,374	Valid
9	Adanya pengaruh dari hobi yang diminati dengan menggunakan kamera GoPro	0.820	0,374	Valid
10	Pengaruh kepercayaan terhadap merek dari kamera GoPro di komunitas	0.551	0,374	Valid
<i>Demographic</i> (Target pasar, pendapatan)				
11	Kesesuaian harga yang diberikan kamera GoPro menjadi dasar pembelian	0.650	0,374	Valid
12	Kesesuaian kamera GoPro dengan gaya hidup konsumen yang sesuai dengan hobi yang diminati	0.852	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 (Menggunakan SPSS 21.00 For Windows)

TABEL 3.5
HASIL UJI VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pemilihan Produk				
1	Anda membeli kamera GoPro karena fungsinya dapat memenuhi gaya hidup anda	0.653	0,374	Valid
Pemilihan Merek				
2	Anda membeli kamera GoPro berdasarkan tingkat kepercayaan merek yang sesuai dengan tuntutan gaya hidup	0.656	0,374	Valid
3	Anda membeli kamera GoPro berdasarkan kepopuleran mereknya memenuhi tuntutan gaya hidup	0.664	0,374	Valid
Pemilihan Jalur Distribusi				
4	Keputusan membeli kamera GoPro untuk memenuhi tuntutan gaya hidup karena kemudahan mendapatkan produk	0.836	0,374	Valid
5	Garansi produk menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian kamera GoPro	0.769	0,374	Valid
Penentuan Jumlah Pembelian				
6	Keputusan membeli kamera GoPro untuk memenuhi tuntutan gaya hidup karena sesuai <i>budget</i>	0.708	0,374	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
7	keputusan membeli kamera GoPro berdasarkan ketersediaan produk kamera dengan berbagai pilihan	0.777	0,374	Valid
Waktu Pembelian				
8	Keputusan pembelian kamera GoPro berdasarkan waktu pembeliannya	0.653	0,374	Valid
9	Pendapatan berpengaruh pada rentang waktu pembelian produk	0.798	0,374	Valid
Metode Pembayaran				
10	Kemudahan untuk pembayaran kamera GoPro	0.738	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 (Menggunakan Excel 2010)

3.2.7.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Sherri L. Jackson (2013:81), "*Reability is indication of consistency or stability of a measuring instrument*". Artinya reabilitas adalah indikasi dari konsistensi atau stabilitas dari sebuah alat ukur. Selanjutnya Maholtra (2009:315) menyatakan bahwa, "*Reliability refers to the extent to which scale a produces consistent results if repeated measurements are made on the characteristic.*" Reliabilitas mengacu kepada perluasan dari skala yang memproduksi hasil yang konsisten jika pengukuran yang diulang dibuat berdasarkan karakteristik.

Jika suatu Instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya juga. Perhitungan reliabilitas dalam pada penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Ajeng Sri Hartati, 2016

PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

(Husein Umar, 2008:170)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrument

K = Banyaknya butir pertanyaan atau butir soal

σ_t^2 = Varian total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir soal

Jumlah varian butir ditetapkan dengan cara menilai nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan seperti yang dipaparkan berikut ini. Rumus deviasi standar yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{n - 1}$$

(Husein Umar, 2008:172)

Keterangan:

N = Jumlah sampel

N = Jumlah responden

X = Nilai skor yang dipilih

σ^2 = Nilai varians

Hasil uji reliabilitas ditentukan oleh ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-1=29$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program *powerpoint* 2010 diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini

disebabkan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 3.7 berikut

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Gaya Hidup Konsumen	0.906	0,374	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0.920	0,374	Reliabel

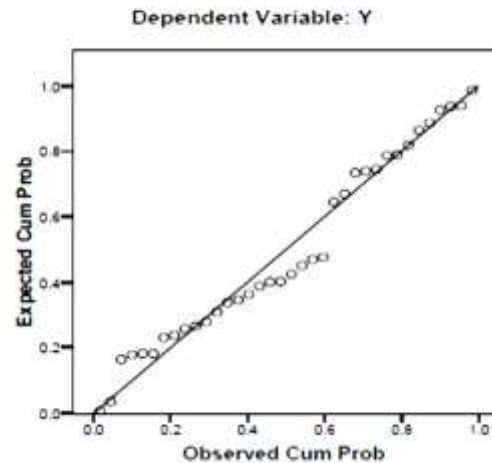
Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 (Menggunakan Excel 2010)

3.2.7.3 Hasil Pengujian Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah populasi memiliki distribusi normal atau tidak. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data (Sugiyono, 2011). Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian signifikansi koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian secara visual dapat dilakukan dengan metode gambar normal *probability plots* dalam SPSS. Untuk melihat populasi tersebut memiliki distribusi yang normal atau tidak, maka digunakan cara membaca interpretasi grafik yakni fata yang memiliki distribusi normal apabila semua pencaran titik-titik yang diperoleh berada di sekitar garis lurus. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

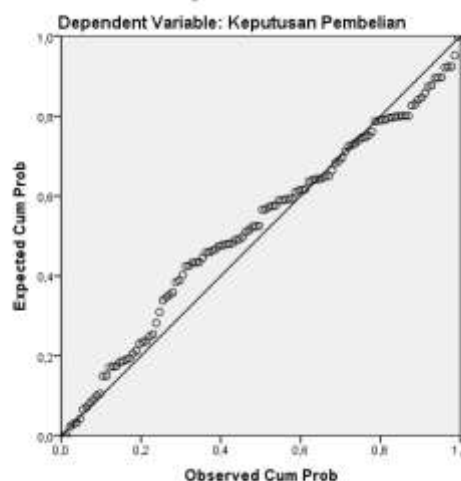
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



GAMBAR 3.1
GARIS NORMAL PROBABILITY PLOT

Hasil pengujian normalitas *Probabilty Plot* yang dilakukan pada program SPSS 21.0 *for windows* dikatakan bahwa grafik plot memberikan distribusi yang melenceng ke kanan yang artinya data berdistribusi normal, asumsi normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.2 berikut.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



GAMBAR 3.2
GARIS NORMAL P-PLOT VARIABEL GAYA HIDUP KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
 (Menggunakan SPSS 21.0 *for Windows*)

Ajeng Sri Hartati, 2016

PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Gambar 3.2 diatas menunjukkan bahwa titik-titik yang terlihat pada grafik *P-Plot* mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.2.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data dalam rangka pengujian hipotesis. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan :

1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.


2. Tabulasi data

Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah dibawah ini :

- a. Memberi skor pada tiap item

Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh gaya hidup (X) terhadap keputusan pembelian (Y), dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differential*. Menurut Umar (2008:99) “Skala berusaha mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden. Skala ini mengandung unsur evaluasi (misalnya : bagus buruk, jujur tidak jujur), unsur potensi (aktif pasif, cepat lambat)”. Dalam penelitian ini, pernyataan dari angket terdiri dari 7 kategori sebagai berikut:

TABEL 3.7
SKOR ALTERNATIF JAWABAN POSITIF DAN NEGATIF

Alternatif Jawaban	Setuju / Baik	Rentang Jawaban							Tidak Setuju / Tidak Baik
									
		7	6	5	4	3	2	1	
Positif		7	6	5	4	3	2	1	

Sumber : Modifikasi dari Husein Umar (2008:99)

- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

2. Pengujian

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verivikatif.

3.2.8.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikasinya (Sugiyono, 2010:144). Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk informasi yang lebih ringkas sehingga lebih mudah dipahami. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

- a. Analisis deskriptif variabel independen
Variabel eksogen/ independen dalam penelitian ini yaitu gaya hidup
- b. Analisis deskriptif variabel dependen
Variabel endogen/ dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.8 sebagai berikut.

TABEL 3.8
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch Ali (1985:184)

3.2.8.2 Analisis Verifikatif Menggunakan Regresi Linear Sederhana

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh gaya hidup(X) terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu menggunakan analisis regresi linear sederhana karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel. Analisis ini dipergunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel independen (X) yaitu gaya hidup terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

Definisi regresi sederhana menurut Albert Kurniawan (2010:43) ialah “sebagai pengaruh antara 2 variabel saja, dimana terdiri dari variabel *independent* (bebas) dan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*)”

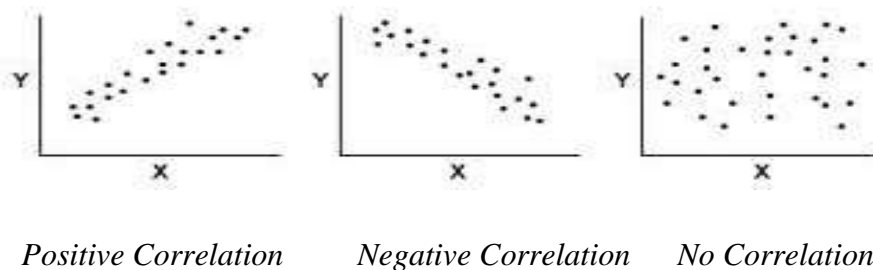
Regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen yaitu dengan satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian produk. Analisis regresi linear sederhana dapat dilakukan jika memenuhi

asumsi dan persyaratan analisis, selain data harus berskala interval, data juga harus berdistribusi normal, berpola linear dan homogen (Riduan dan Sunarto, 2009:98).

1. Asumsi Analisa Regresi Linear Sederhana

a. Diagram Pencar

Pada diagram pencar, terdapat gambaran secara kasar bahwa pola hubungan variabel X (Gaya Hidup Konsumen) atas variabel Y (Keputusan Pembelian) adalah pola hubungan linier, maka cukup beralasan mengatakan bahwa model hubungan ini model regresi sederhana yaitu $Y = b_0 + b_1 X + e$. Dari sampel model yang dipergunakan adalah $Y = b_0 + b_1 X + e$.



GAMBAR 3.3
MODEL DIAGRAM PENCAR

Gambar 3.3 menunjukkan model dari diagram pencar, jika titik-titik penyebaran berada pada arah kiri bawah ke kanan atas maka hubungan antara X dan Y adalah positif, jika titik-titik penyebaran ada pada kiri atas ke kanan bawah maka hubungan X dan Y adalah negatif, dan jika titik-titik penyebaran berada pada posisi yang sembarangan maka tidak ada hubungan antara X dan Y.

b. Uji Titik Terpencil

Setelah diketahui model diagram pencar dan telah menunjukkan pola garis lurus atau linear, langkah selanjutnya adalah memperlihatkan titik-titik yang letaknya terpencil pada diagram pencar. Titik yang ditemukan pada diagram pencar perlu diuji apakah titik tersebut merupakan titik terpencil atau tidak, jika titik tersebut

merupakan titik terpencil maka titik itu harus dikeluarkan dari analisis. Mengeluarkan titik terpencil pada analisis menggunakan *test for outlier in regression analysis* dengan perumusan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Titik tersebut bukan merupakan titik terpencil

H_1 : Titik tersebut merupakan titik terpencil

Statistik uji yang digunakan menurut Nirwana SK Sitepu (1994:19) adalah:

$$t = \frac{Y - Y^{\wedge}}{S_{y-y^{\wedge}}}$$

(Nirwana Sk Sitepu, 1994:19)

Keterangan:

\hat{Y} : variabel dependen atau nilai variabel yang diprediksikan.

Y: skor nilai variabel dependen

S_y : Standar error untuk Y

Dimana kriteria yang digunakan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

$t >$: Tolak, artinya titik yang mencurigakan dianggap sebagai titik terpencil dan harus dikeluarkan dari analisis.

$t \leq$: Terima, artinya titik yang mencurigakan tidak dianggap sebagai titik terpencil dan tidak perlu dikeluarkan dari analisis.

c. Uji Linieritas

Uji linieritas regresi variabel X atas variabel Y, dimaksudkan untuk mengetahui kemungkinan adanya hubungan linear antara variabel X dan variabel Y. Uji linieritas dimaksudkan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Model ujikelinieran pada regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 JK(T) &= \sum Y^2 \\
 JK(A) &= \frac{(\sum Y)^2}{n} \\
 JK(b|a) &= b \left\{ \sum XY \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n} \right\} \\
 &= \frac{[n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)^2]}{n[n \sum X^2 - (\sum X)^2]} \\
 JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b|a) \\
 JK(TC) &= \sum_{xi} \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n_i} \right\} \\
 JK(G) &= JK(S) - JK(TC)
 \end{aligned}$$

Sumber: Sugiyono (2010:265).

Dimana:

- JK(T) = Jumlah Kuadrat Total
- JK(a) = Jumlah Kuadrat Koefisien a
- JK(b|a) = Jumlah Kuadrat Regresi (b|a)
- JK(S) = Jumlah Kuadrat Sisa
- JK(TC) = Jumlah Kuadrat Tuna Cocok
- JK(G) = Jumlah Kuadrat Galat

Pengujian linieritas data dapat dibuktikan melalui tes F_{test} . Berdasarkan tabel ANOVA, dapat diketahui besarnya F_{hitung} melalui uji ANOVA atau F_{test} sedangkan besarnya F_{tabel} diperoleh dengan melihat F melalui dk pembilang (dk tuna cocok, k-2) dan dk penyebut (dk kesalahan, n-k) dengan taraf kesalahan = 0,05. Dengan kriteria, ditolak hipotesis model regresi linier jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima H_a ditolak artinya data tidak linear. Jika sebaliknya $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak H_a diterima artinya data linear. Dalam penelitian ini pengujian linear dibantu dengan menggunakan program SPSS 21.0 *for windows*.

2. Analisis Regresi Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2011: 261). Model regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

(Sumber: Sugiyono, 2013:247)

Keterangan:

- Y = subjek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan
- X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu
- a = harga Y bila X=0 (harga konstan)
- b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabelindependen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

Dalam penelitian ini pengujian dibantu dengan menggunakan program SPSS 21.0 *for windows*.

3.2.8.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Koefisien determinasi digunakan untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y, sehingga diketahui besarnya persentase pengaruh variabel X terhadap Y. koefisien determinasi dapat diketahui dengan rumus yang dikemukakan Riduwan (2008:136), yaitu:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

- KD : koefisien determinasi
- r : koefisien korelasi
- 100% : konstanta

Selanjutnya untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%.

Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 0% berarti semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada Tabel 3.9 berikut

TABEL 3.9
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI PENGARUH
(GUILFORD)

NO	Besar Koefisien	Klasifikasi
1	0,00-0,199	Sangat Rendah
2	0,20-0,399	Rendah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013:9)

3.2.9 Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah akhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linear. Untuk menguji koefisien korelasi antar variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student (*t-student*). Rumus dari *t-student* adalah:

$$Uji\ t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Sugiyono (2012:366)

Keterangan:

t = distribusi *student*

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari terlebih dahulu nilai dari t_{hitung} dan dibandingkan dengan nilai dari t_{tabel} , dengan taraf kesalahan $\alpha = 5\%$ atau $\alpha = 0,05$ dengan derajat dk $(n-2)$ serta uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan, maka:

$t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$H_0 : \rho > 0$, artinya tidak terdapat pengaruh dari gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \rho \leq 0$, artinya terdapat pengaruh dari gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian.